

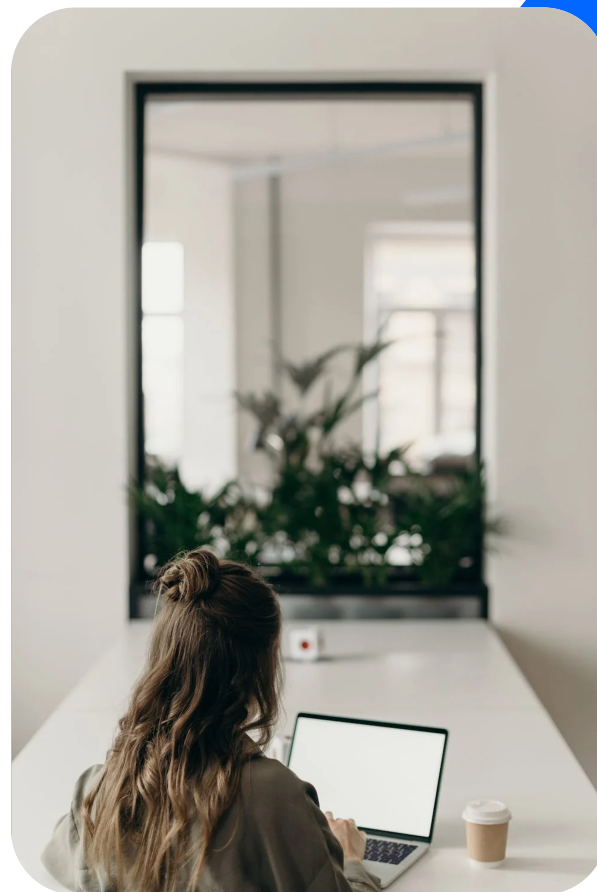
Les Français & la disponibilité des produits dans le commerce





La méthodologie

↳ « Les Français & la disponibilité des produits »
Étude OpinionWay-autone – mars 2024



AUT, ONE
AUTONE -

La méthodologie



Echantillon de 1057 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

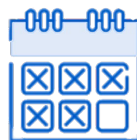
L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252



L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées du 7 au 8 février 2024.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« ÉTUDE OPINIONWAY-AUTONE »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	10%
	25 à 34 ans	15%
	35 à 49 ans	24%
	50 à 64 ans	24%
	65 et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



1. Les comportements d'achat

↳ « Les Français & la disponibilité des produits »
Étude OpinionWay-autone – mars 2024



AUT , ONE
AUTONE -

La fréquence d'achat de certains types de produits

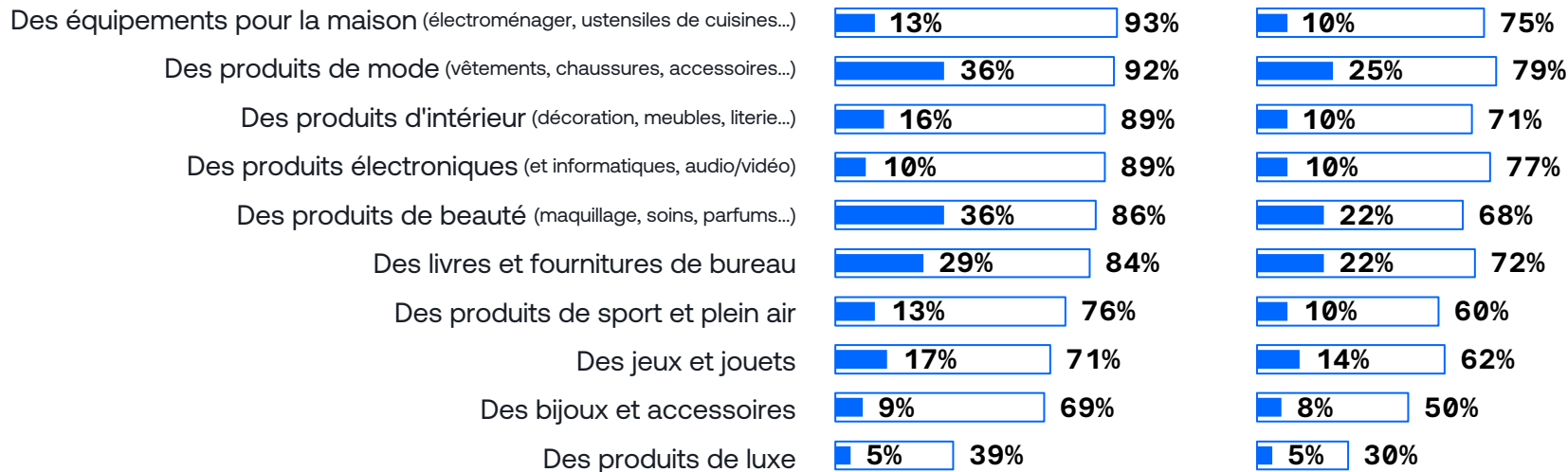
Q : A quelle fréquence achetez-vous chacun des types de produits suivants ?

Ensemble des répondants (1057 personnes)

Réguliers Total Acheteurs

En magasin

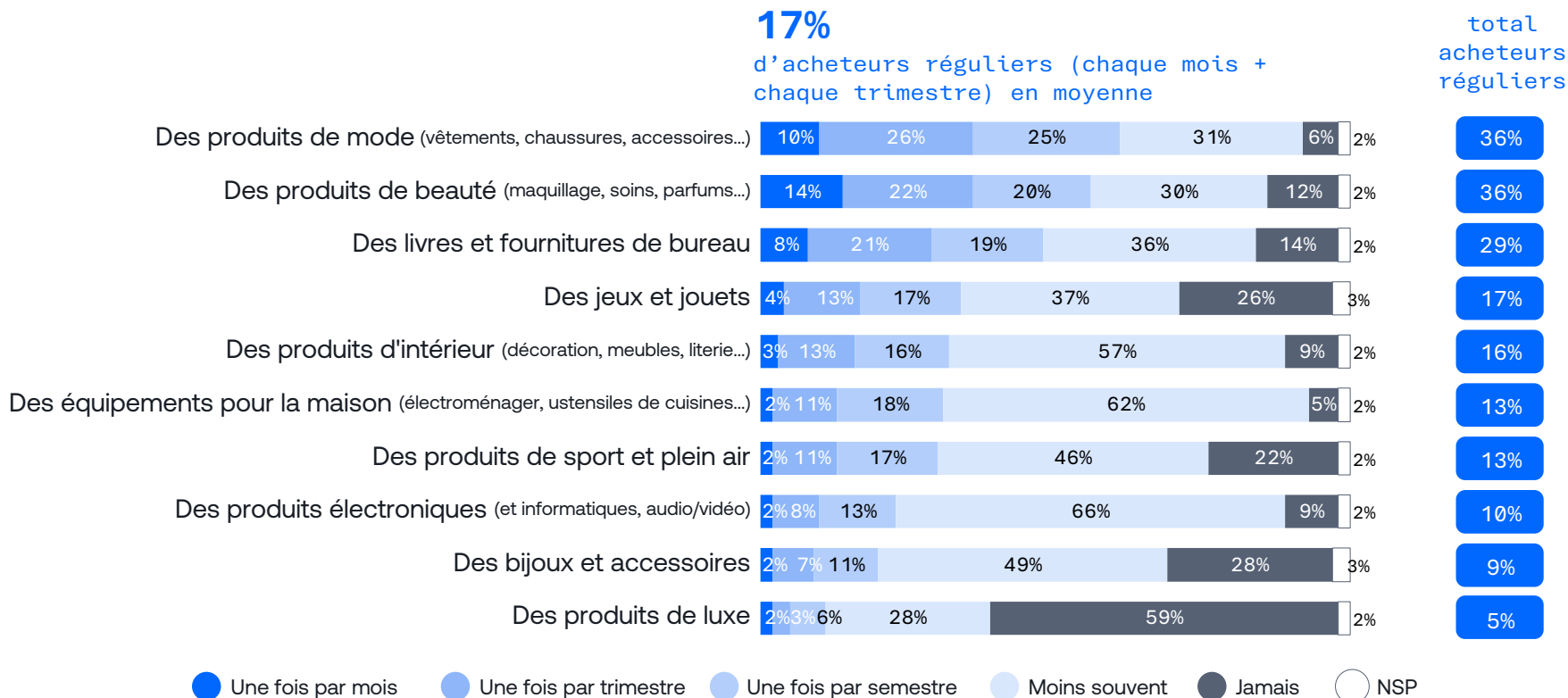
En ligne



La fréquence d'achat **en magasin** de certains types de produits

Q : A quelle fréquence achetez-vous chacun des types de produits suivants en magasin ?

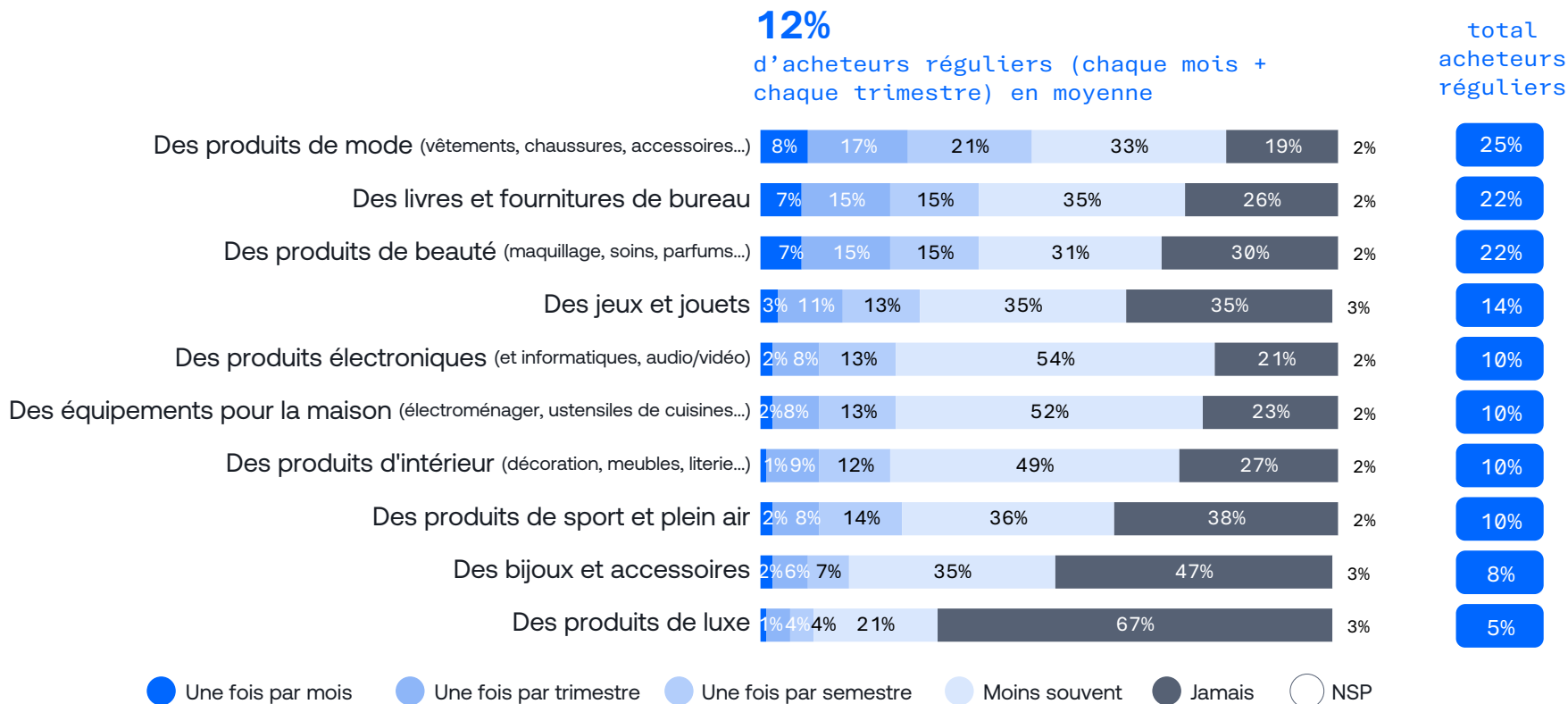
Ensemble des répondants (1057 personnes)



La fréquence d'achat **en ligne** de certains types de produits

Q : A quelle fréquence achetez-vous chacun des types de produits suivants sur Internet ?

Ensemble des répondants (1057 personnes)



Le classement des éléments déplaisants lors de l'achat de certains produits

Q : Quels sont les éléments qui vous déplaisent le plus lorsque vous achetez chacun des types de produits suivants ?

Ensemble des répondants (1057 personnes) - Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

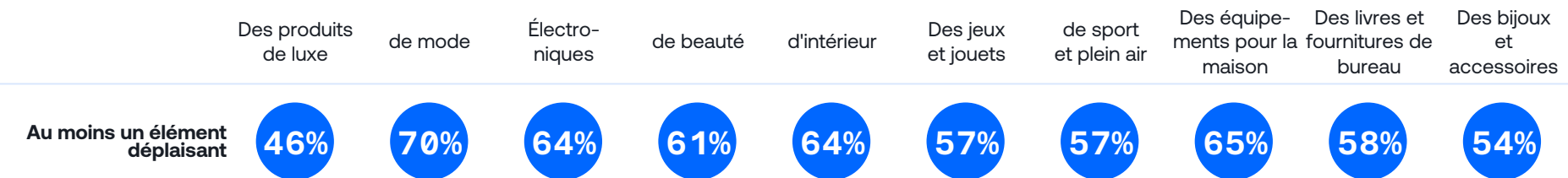
GLOBAL – % Cite la modalité pour au moins un achat



Le détail des **éléments déplaissants** lors de l'achat de certains produits

Q : Quels sont les éléments qui vous déplaisent le plus lorsque vous achetez chacun des types de produits suivants ?

Ensemble des répondants (1057 personnes) - Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



TOP3 des éléments déplaissants

L'absence de prix indiqué	L'absence de prix indiqué	L'indisponibilité des produits	L'absence de prix indiqué	L'absence de prix indiqué	L'indisponibilité des produits	L'absence de prix indiqué	L'indisponibilité des produits	L'indisponibilité des produits	L'absence de prix indiqué	L'absence de prix indiqué
21%	31%	25%	24%	25%	22%	22%	25%	21%	23%	23%
Manque d'information sur l'origine	Rayons mal rangés	L'absence de prix indiqué	Manque d'information sur l'origine	L'indisponibilité des produits	L'absence de prix indiqué	L'indisponibilité des produits	L'absence de prix indiqué	L'absence de prix indiqué	L'absence de prix indiqué	L'aspect des produits
9%	25%	25%	17%	23%	21%	18%	25%	20%	20%	13%
L'indisponibilité des produits	L'indisponibilité des produits	Manque d'information sur l'origine	L'indisponibilité des produits	L'aspect des produits	Rayons mal rangés	Rayons mal rangés	Manque d'information sur l'origine	Rayons mal rangés	Rayons mal rangés	Rayons mal rangés
9%	25%	16%	17%	16%	14%	17%	16%	17%	17%	13%

Le détail des éléments déplaisants lors de l'achat de certains produits

Q : Quels sont les éléments qui vous déplaisent le plus lorsque vous achetez chacun des types de produits suivants ?

Ensemble des répondants (1057 personnes) - Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	Des produits de luxe	de mode	Électroniques	de beauté	d'intérieur	Des jeux et jouets	de sport et plein air	Des équipements pour la maison	Des livres et fournitures de bureau	Des bijoux et accessoires
L'absence de prix indiqué sur un produit	21%	31%	25%	24%	25%	21%	22%	25%	20%	23%
L'indisponibilité des produits (rupture de stock)	9%	25%	25%	17%	23%	22%	18%	25%	21%	12%
Le manque d'information sur l'origine des produits	9%	17%	16%	17%	15%	14%	14%	16%	7%	10%
L'aspect des produits	7%	16%	9%	12%	16%	10%	12%	13%	8%	13%
Les rayons mal rangés	7%	25%	10%	16%	14%	14%	17%	12%	17%	13%
Le manque de produits de substitution si le produit est indisponible	5%	10%	12%	8%	11%	10%	9%	12%	8%	7%
Le manque de service	5%	9%	15%	7%	10%	7%	9%	14%	6%	6%
Le temps d'attente en caisse / si Internet : le délai de livraison	5%	12%	9%	12%	12%	10%	10%	12%	11%	7%
Rien ne vous déplaît	51%	26%	33%	35%	32%	38%	39%	31%	39%	41%
Autre	4%	1%	1%	1%	-	1%	1%	1%	1%	1%
NSP	4%	4%	3%	4%	4%	5%	4%	4%	4%	5%



2. L'expérience de l'indisponibilité produits

↳ « Les Français & la disponibilité des produits »
Étude OpinionWay-autone – mars 2024

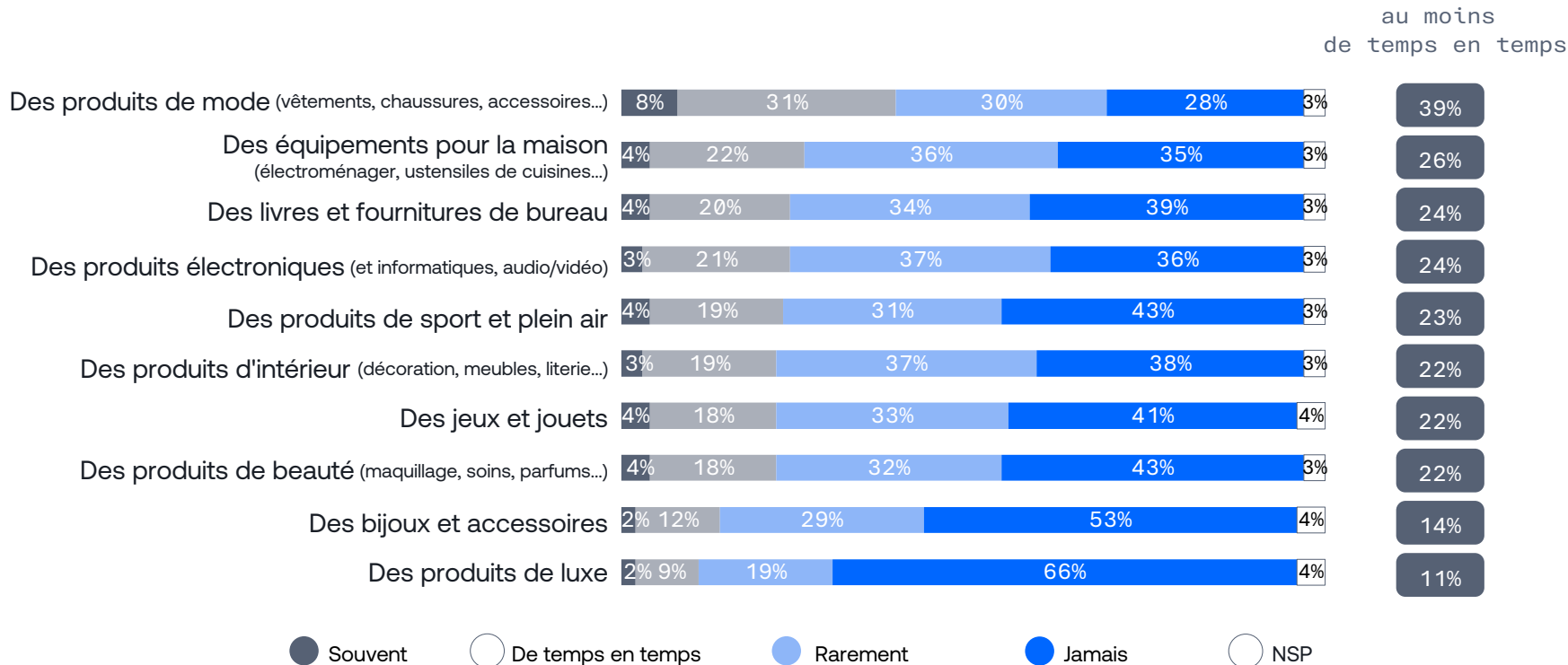


AUT, ONE
AUTONE -

Les produits les plus indisponibles

Q : Avez-vous été confronté à l'indisponibilité de chacun des types de produits suivants ?

Ensemble des répondants (1057 personnes)

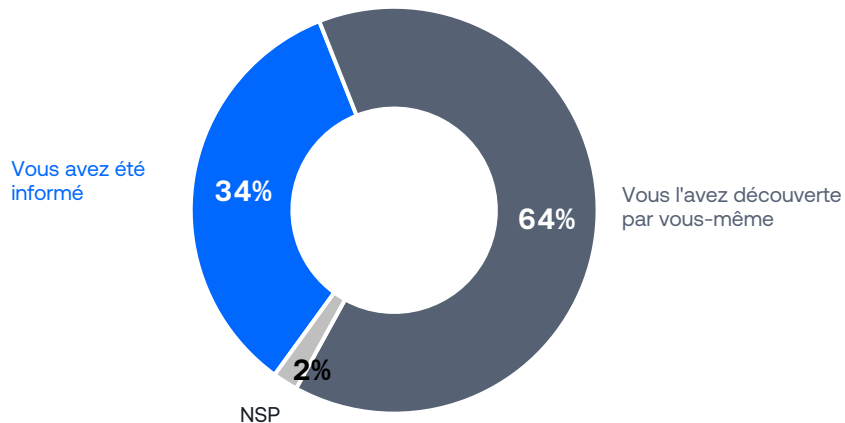


L'information sur l'indisponibilité de produits

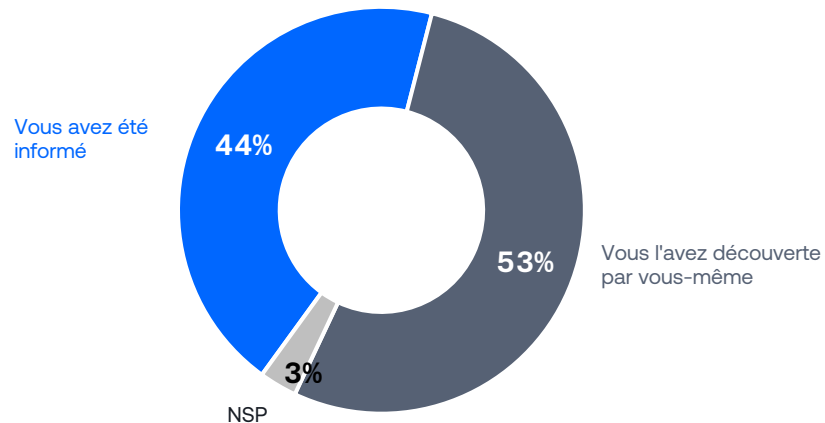
Q : Avez-vous été informé par quelque moyen que ce soit de l'indisponibilité du produit que vous aviez l'intention d'acheter ou l'avez-vous découverte par vous-même ?

Ensemble des répondants (1057 personnes)

Lors d'un achat
en magasin physique



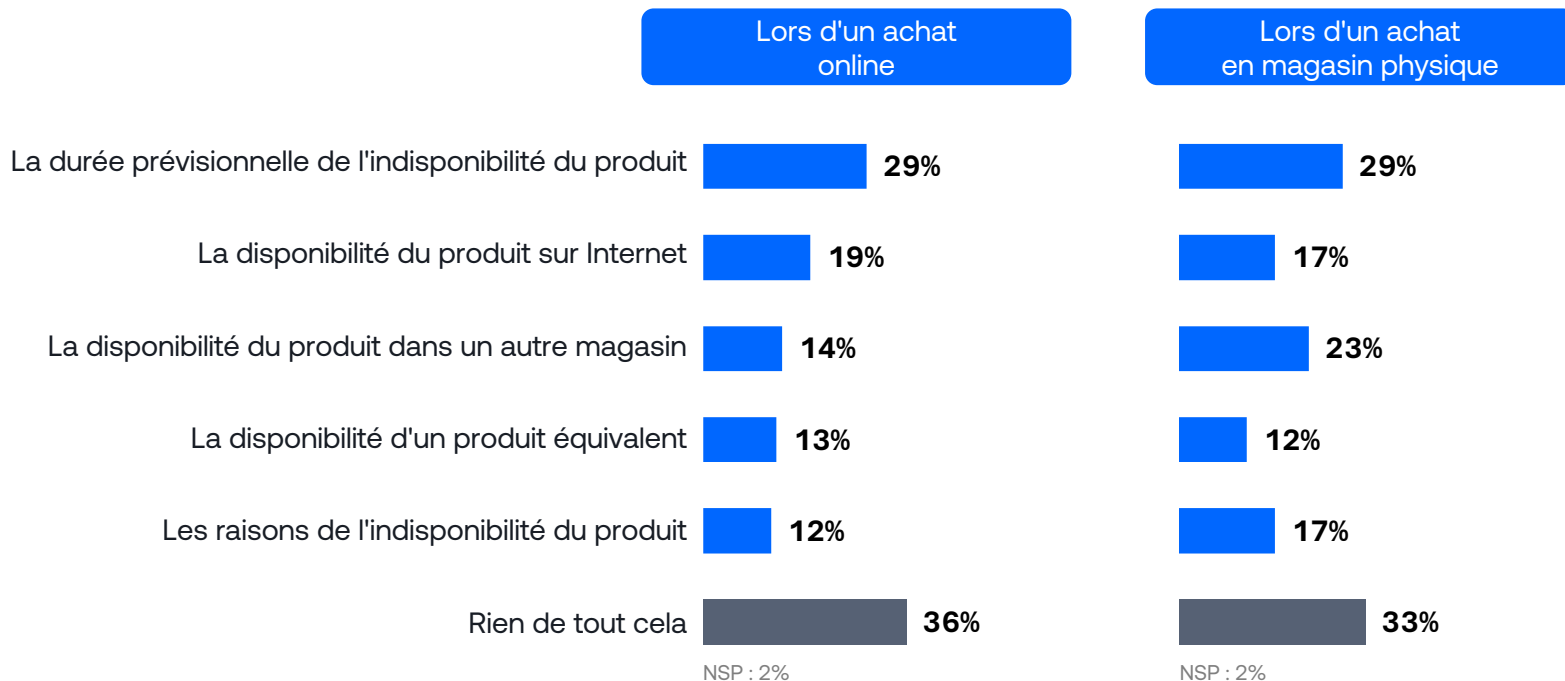
Lors d'un achat
online



L'information sur l'indisponibilité de produits

Q : Plus précisément, avez-vous été informé de chacun des éléments suivants concernant l'indisponibilité du produit que vous aviez l'intention d'acheter ?

Question posée uniquement à ceux qui ont été confrontés à une indisponibilité (864 personnes) - Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

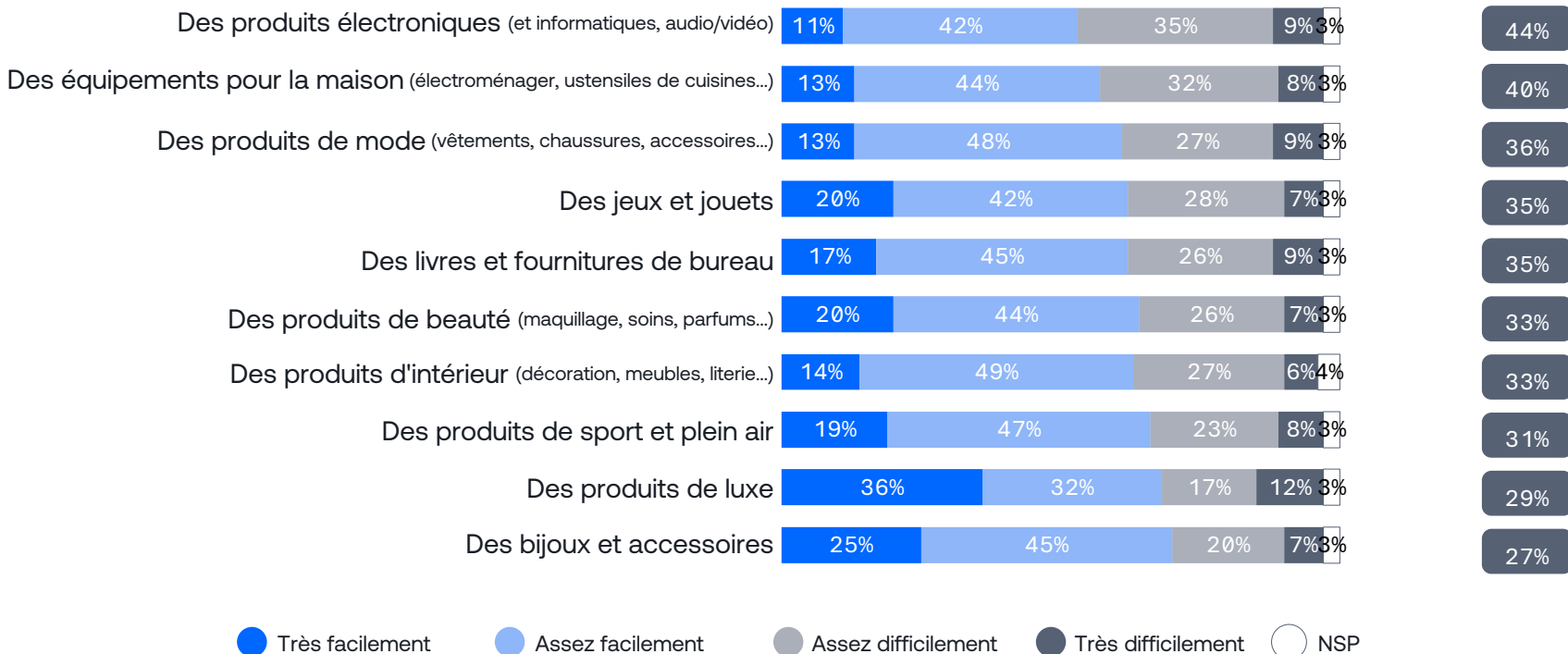


L'acceptabilité de l'indisponibilité de produits

Q : Acceptez-vous facilement ou difficilement l'indisponibilité du produit que vous aviez l'intention d'acheter ?

Question posée uniquement à ceux qui ont été confrontés à une indisponibilité (864 personnes)

accepte
difficilement

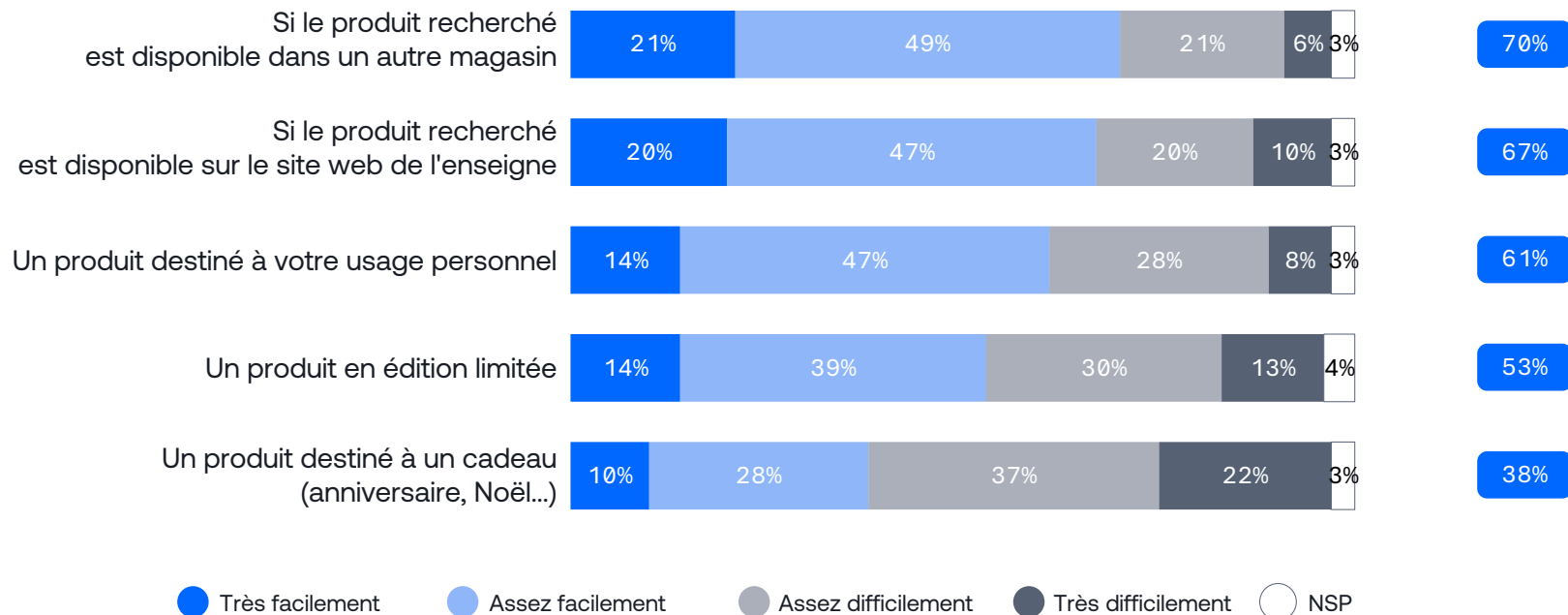


L'acceptabilité de l'indisponibilité de produits

Q : D'une manière générale, acceptez-vous facilement ou difficilement l'indisponibilité du produit que vous aviez l'intention d'acheter dans chacune des situations suivantes ?

Ensemble des répondants (1057 personnes)

Accepte facilement

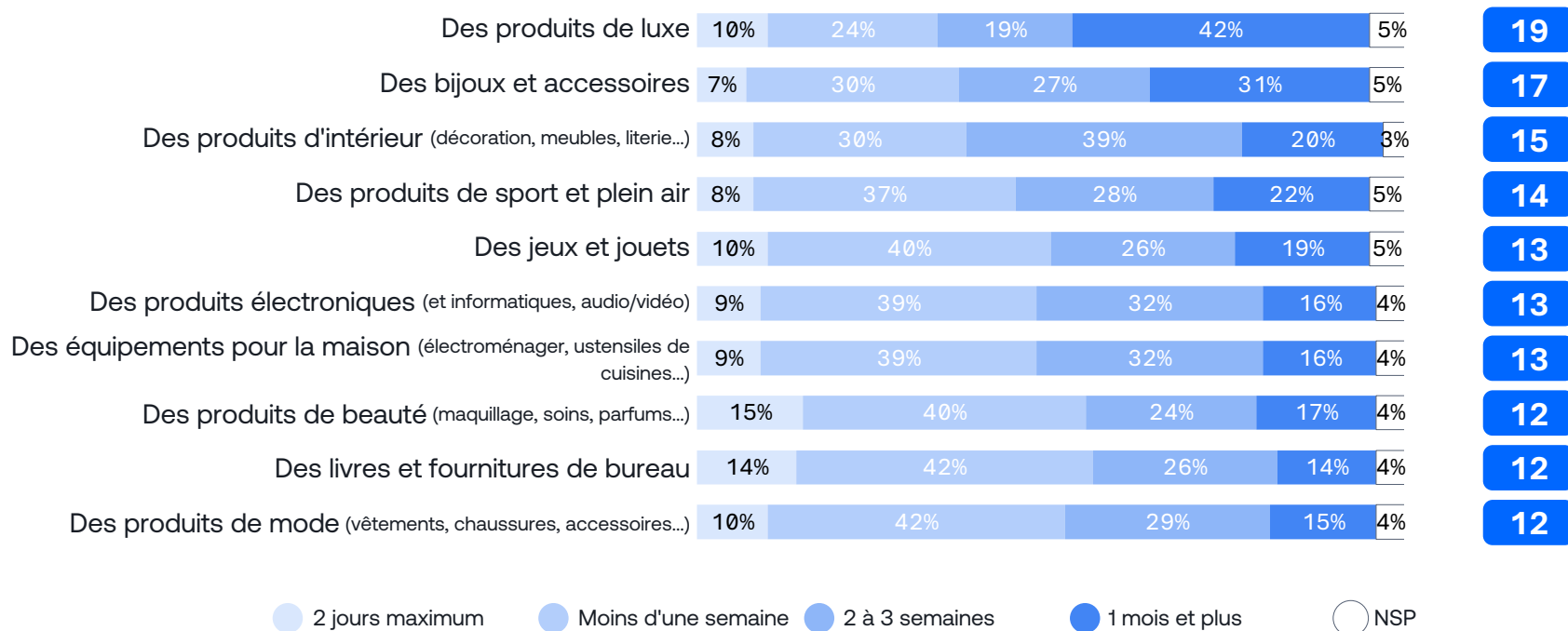


Le temps d'attente acceptable pour obtenir un produit indisponible

Q : Si le produit que vous recherchez est indisponible, combien de temps seriez-vous prêt à attendre pour chacun des types de produits suivants ?

Ensemble des répondants (1057 personnes)

Nombre moyen de jours d'attente

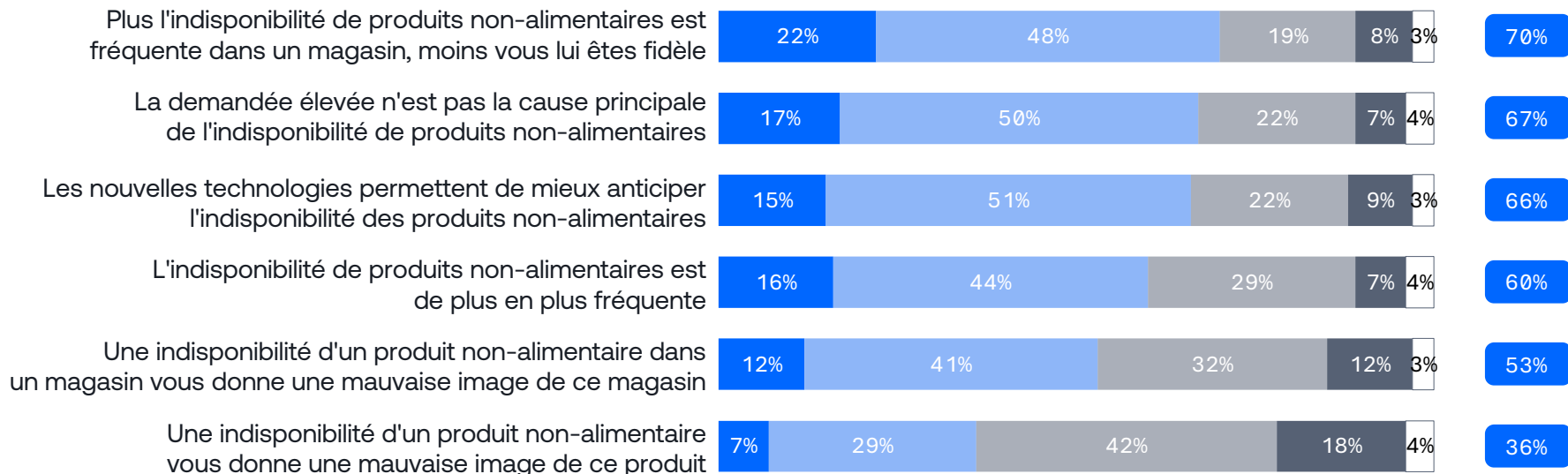


Les **opinions** relatives à l'indisponibilité de certains produits

Q : Êtes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?

Ensemble des répondants (1057 personnes)

D'accord



● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ○ NSP

Les réactions lorsqu'un produit est indisponible

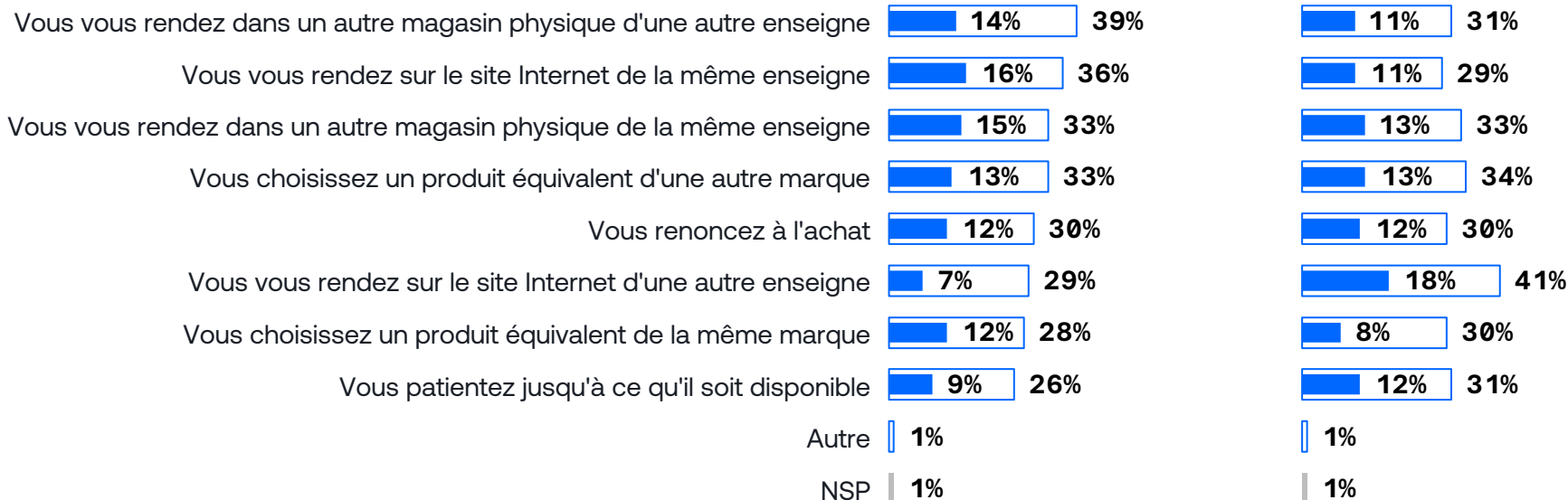
Q : Comment réagissez-vous lorsqu'un produit non-alimentaire que vous cherchez est indisponible ?

Ensemble des répondants (1057 personnes) - Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

En premier Au total

En magasin

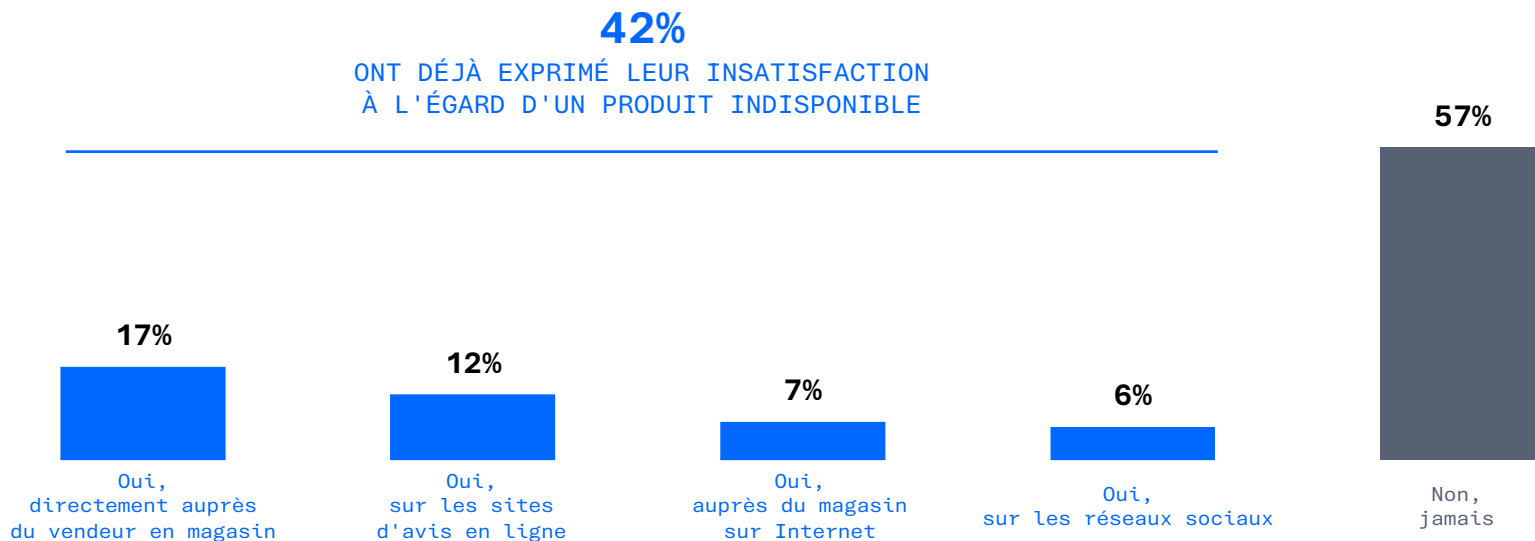
Sur Internet



L'insatisfaction exprimée lorsqu'un produit est indisponible

Q : Avez-vous déjà exprimé votre insatisfaction à l'égard d'un produit indisponible ?

Ensemble des répondants (1057 personnes) - Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%





3. Le contexte inflationniste

↳ « Les Français & la disponibilité des produits »
Étude OpinionWay-autone – mars 2024



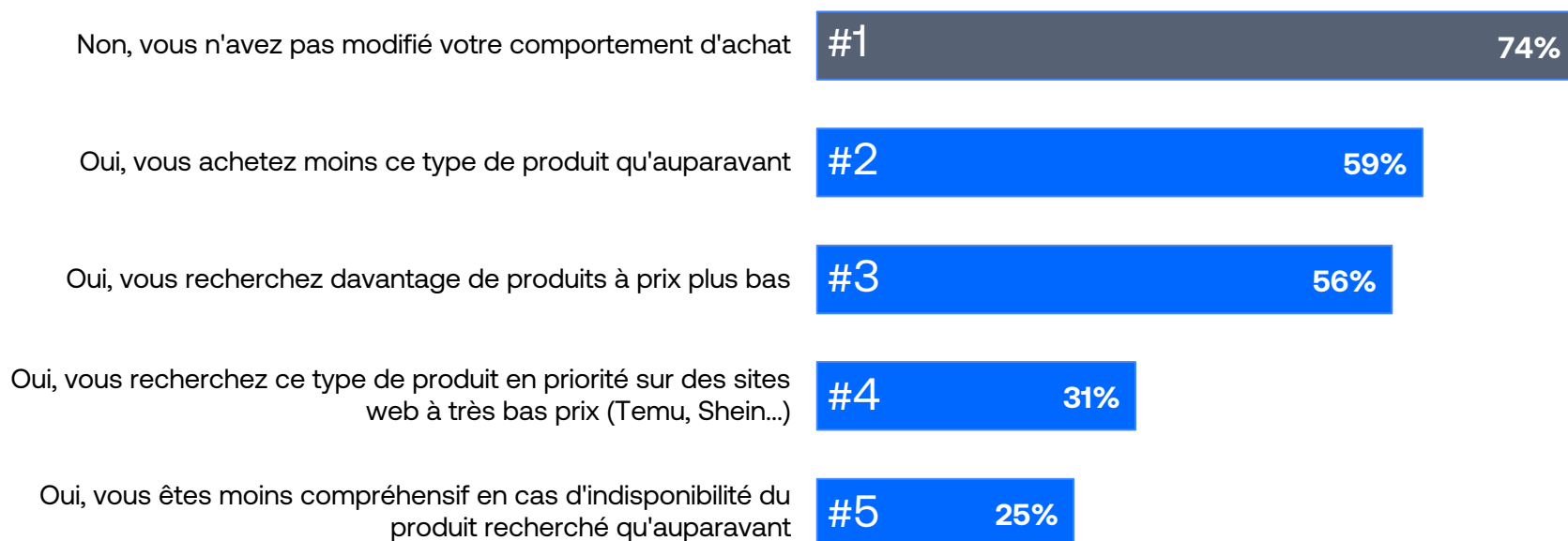
AUT, ONE
AUTONE -

L'impact de la hausse des prix sur les comportements d'achat

Q : Diriez-vous que la hausse des prix (l'inflation) a modifié votre comportement d'achat de chacun des types de produits suivants ?

Ensemble des répondants (1057 personnes) - Plusieurs réponses Oui possibles - Total supérieur à 100%

GLOBAL – % Cite la modalité pour au moins un achat

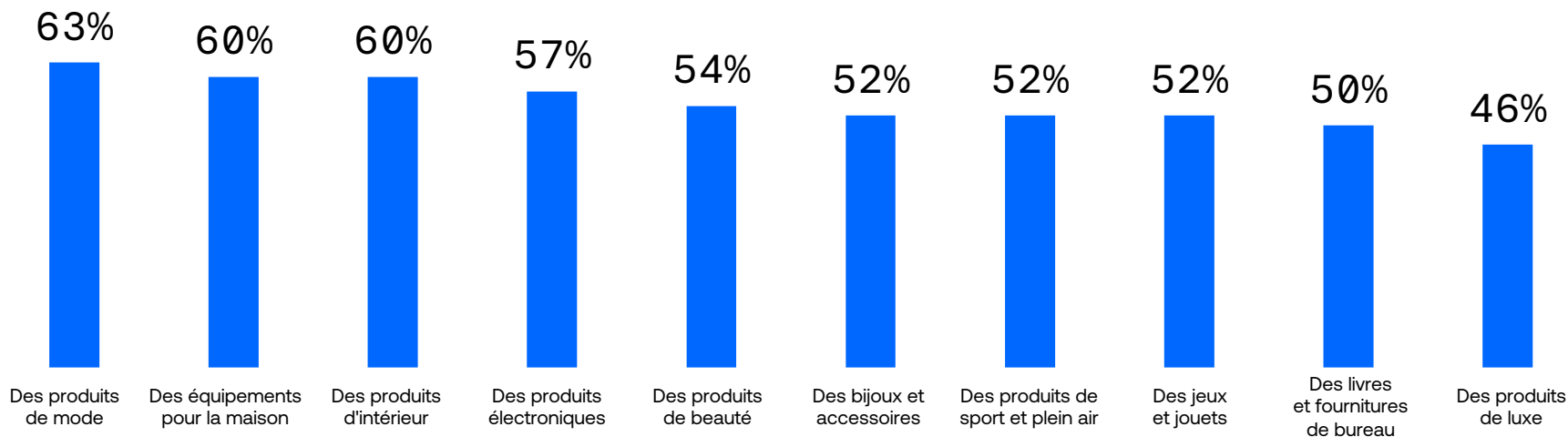


L'impact de la hausse des prix sur les comportements d'achat

Q : Diriez-vous que la hausse des prix (l'inflation) a modifié votre comportement d'achat de chacun des types de produits suivants ?

Ensemble des répondants (1057 personnes) - Plusieurs réponses Oui possibles - Total supérieur à 100%

% Oui, la hausse des prix (l'inflation) a modifié le comportement d'achat



L'impact de la hausse des prix sur les comportements d'achat

Q : Diriez-vous que la hausse des prix (l'inflation) a modifié votre comportement d'achat de chacun des types de produits suivants ?

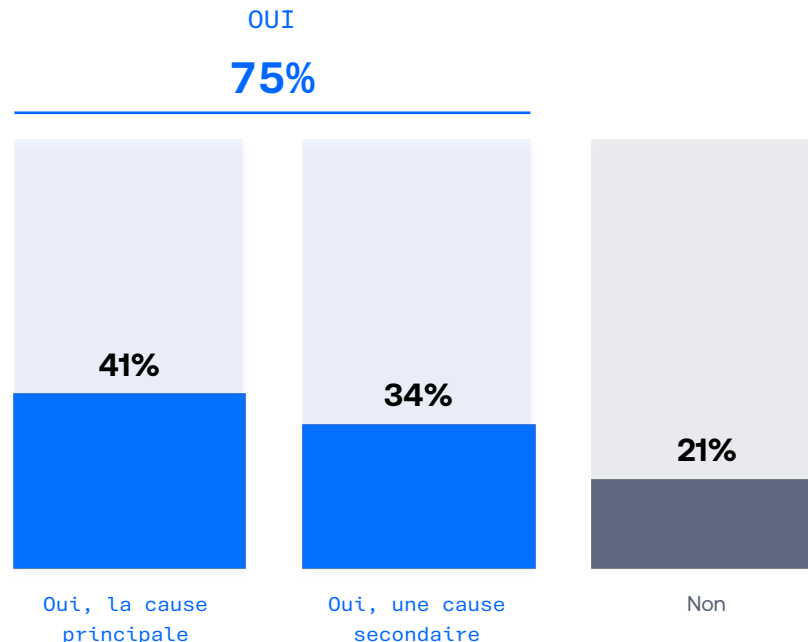
Ensemble des répondants (1057 personnes) - Plusieurs réponses Oui possibles - Total supérieur à 100%

	Des produits de mode	Des équipements pour la maison	Des produits d'intérieur	Des produits électroniques	Des produits de beauté	Des bijoux et accessoires	Des produits de sport et plein air	Des jeux et jouets	Des livres et fournitures de bureau	Des produits de luxe
Sous total Oui	63%	60%	60%	57%	54%	52%	52%	52%	50%	46%
Oui, vous achetez moins ce type de produit qu'auparavant	30%	26%	28%	27%	27%	27%	24%	22%	20%	25%
Oui, vous recherchez davantage de produits à prix plus bas	25%	25%	22%	23%	20%	16%	20%	20%	22%	12%
Oui, vous recherchez ce type de produit en priorité sur des sites web à très bas prix (Temu, Shein...)	10%	9%	9%	7%	7%	8%	8%	9%	8%	6%
Oui, vous êtes moins compréhensif en cas d'indisponibilité du produit recherché qu'auparavant	6%	6%	6%	7%	7%	5%	5%	7%	6%	5%
Non, vous n'avez pas modifié votre comportement d'achat	32%	37%	37%	40%	42%	43%	44%	45%	46%	49%
NSP	5%	3%	3%	3%	4%	5%	4%	3%	4%	5%

L'impact du changement des comportements de consommation sur la **fermeture** de certaines enseignes

Q : Selon vous, les modifications de comportements d'achat des consommateurs sont-ils une des causes de la fermeture récente de plusieurs grandes enseignes de produits de mode (San Marina, Gap, Go Sport, Camaïeu, Kookaï...)?

Ensemble des répondants (1057 personnes) - Plusieurs réponses Oui possibles - Total supérieur à 100%



CONTACTS PRESSE



iloveretail.fr

Mike Hadjadj
Fondateur

94, rue Marius AUFAN
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08

mike@iloveretail.fr

www.laretailtech.com

[@MikeHadjadj](https://twitter.com/MikeHadjadj)

OpinionWay

Frédéric Micheau
DGA

15, place de la République
75003 Paris

+33 1 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

www.opinion-way.com

[@FMicheau](https://twitter.com/FMicheau)

